



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS [2023-2024]

DATOS GENERALES

Nombre:	Emprendimiento de Negocios
Código:	801319
Curso:	2023-24
Titulación:	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Nº de créditos (ECTS):	6
Ubicación en el plan de estudio:	3er curso, 2º cuatrimestre
Departamento:	Dirección estratégica y organización
Responsable departamento	Dra. Cristina Cáliz
Fecha de la última revisión:	Enero 2024
Profesor Responsable:	Dr. Víctor Giménez Dr. Gabriel Maresca

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura se enfoca eminentemente a desarrollar las habilidades y competencias profesionales de los estudiantes en dos ámbitos: el emprendimiento y la dirección general estratégica. El apartado de emprendimiento se desarrolla generando los propios alumnos un modelo de negocio real para desarrollar posteriormente los diferentes apartados del plan de empresa a lo largo del curso. El desarrollo de competencia en dirección general estratégica se desarrolla mediante el uso de un simulador de negocios (Business game) de forma que los alumnos son responsables de la toma de decisiones de una empresa, la cual compite con otras empresas a lo largo de un proceso iterativo durante varios periodos. Este proceso permite analizar de forma iterativa los resultados obtenidos a partir de las decisiones propias y las de la competencia. Se trata pues de una asignatura eminentemente de trabajo en grupo e individual por parte de los alumnos para el desarrollo de competencias profesionales tan importantes en el mundo empresarial como son el emprendimiento y la capacidad de gestión.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Identificar y representar mediante el modelo Canvas una idea de negocio.
- Analizar los macro y micro-factores que afectan la creación de un nuevo negocio de forma que puedan identificarse las oportunidades empresariales y estrategias más adecuadas.
- Desarrollar los diferentes sub-planes asociados a la confección de un plan de empresa: marketing, operaciones, RRHH, económico-financiero y jurídico.
- Tomar decisiones en los diferentes ámbitos de una empresa de acuerdo con una estrategia global en un entorno competitivo.

- Analizar la información de las diferentes áreas de negocio para la toma de decisiones.
- Definir estrategias personalizadas para el caso de cada empresa a partir del análisis externo e interno.

3. CONTENIDOS

BLOQUE 1: EL PLAN DE EMPRESA

TEMA 1: EL MODELO DE NEGOCIO

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar y definir una idea de negocio.
- Identificar y definir la propuesta de valor y el modelo de negocio global.
- Emplear el modelo Canvas para modelar una idea negocio.
- Valorar la fortaleza de su idea de negocio.
- Presentar su idea de negocio a posibles inversores o fuentes de financiación

Contenido

1.1 La idea

1.2 El modelo Canvas

1.2.1 Propuesta de valor

1.2.2 Clientes

1.2.3 Canales de distribución y comunicación

1.2.4 Relaciones con el cliente

1.2.5 Fuentes de ingresos

1.2.6 Recursos clave

1.2.7 Actividades clave

1.2.8 Socios clave

1.2.9 Costes

1.3 Valoración de la idea de negocio

1.4 Presentación de la idea de negocio a inversores: elevator pitch

TEMA 2: ANÁLISIS DEL ENTORNO

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar y conocer los elementos externos a la empresa que la condicionarán en su funcionamiento y definición.
- Analizar el mercado dónde realizará la actividad la empresa.
- Identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del nuevo negocio para justificar el nicho de mercado.
- Definir la opción estratégica más adecuada de acuerdo con el nicho de mercado identificado.

Contenido

- 2.1 El entorno económico
- 2.2 El entorno sociocultural
- 2.3 Entorno político-legal
- 2.4 Entorno tecnológico
- 2.5 Análisis del mercado
- 2.6 Amenazas y oportunidades
- 2.7 Planificación estratégica

TEMA 3: PLAN DE MARKETING

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar el segmento al que se dirigirá el producto o servicio y el posicionamiento a lograr.
- Diseñar el marketing-mix de la empresa.
- Realizar un plan de acciones para ejecutar el marketing-mix.
- Realizar una previsión de ventas bajo diferentes escenarios.

Contenido

- 3.1 Segmentación y posicionamiento
- 3.2 Objetivos del plan de marketing
- 3.3 Ubicación
- 3.4 Definición del producto/servicio
- 3.5 Política de precios
- 3.6 Política de comunicación
- 3.7 Política de distribución
- 3.8 Previsión de ventas

TEMA 4: PLAN DE OPERACIONES

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Determinar/describir la ubicación para su idea de negocio, así como la distribución operativa y los equipos e instalaciones necesarios.
- Determinar la capacidad de producción.
- Identificar los principales procesos operativos, así como definir el aseguramiento de su calidad.
- Identificar los mejores proveedores, así como la política de compras.

Contenido

- 4.1 Justificación localización del negocio
- 4.2 Layout de planta, reformas y equipos e instalaciones necesarios
- 4.3 Capacidad de producción
- 4.4 Gestión de stocks
 - 4.4.1 Modelo de gestión de stocks
 - 4.4.2 Selección de proveedores
- 4.5 Sistemas de información
- 4.6 Descripción principales procesos
- 4.7 Política de calidad
- 4.8 Modelos de distribución y transporte

TEMA 5: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir el organigrama para su empresa y la descripción funcional de la misma.
- Cuantificar el personal necesario, así como su cualificación/requerimientos.
- Establecer la política de selección, remuneración y contratación para los trabajadores.

Contenido

- 5.1 Organigrama y descripción funcional
- 5.2 Cuantificación y cualificación del personal y política de selección
- 5.3 Política de Contratación y remuneración
- 5.4 Evaluación del desempeño y formación
- 5.5 Política de promoción

TEMA 6: PLAN ECONOMICO-FINANCIERO Y JURÍDICO

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir la estructura jurídica de la empresa.
- Evaluar la viabilidad económica de la inversión.

Contenido

- 6.1 Decidir la forma jurídica de la empresa, así como los principales trámites y costes de

constitución

6.2 Determinar la cantidad a invertir, el fondo de maniobra operativo inicial necesario y su financiación

6.3 Determinar los flujos de tesorería estimados para el primer año.

6.4 Evaluar la viabilidad económica de la inversión a partir de los flujos de caja anuales estimados

6.5 Calcular el punto muerto del negocio

TEMA 7: PLAN DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diseñar el plan de ejecución del proyecto de inversión.
- Identificar las actividades críticas del proyecto de inversión.
- Definir los indicadores de seguimiento y control del proyecto de inversión.

Contenido

7.1 Plan de ejecución del proyecto de inversión.

7.1.1 Desglose de la estructura del trabajo (WBS).

7.2 Diagrama de actividades críticas del proyecto.

7.2.1 Diagrama de Gantt, principios de las técnicas CPM y PERT.

7.2.2 Estimación de alternativas de aceleración del proyecto.

7.3 Análisis de riesgo y plan de contingencias.

7.4 Diseño del tablero de control y seguimiento del negocio.

BLOQUE 2: INTRAEMPRENDEDURÍA

TEMA 8: BUSINESS GAME MARKSTRAT

Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Tomar decisiones coordinadas en las diferentes áreas de la empresa.
- Analizar las consecuencias de sus decisiones empresariales y los resultados de la competencia para la toma de nuevas decisiones.
- Gestionar en equipo la toma de decisiones en las diferentes áreas y analizar los resultados empresariales.
- Diseñar planes de acción y de organización de trabajo en equipo

Contenido

8.1 Toma de decisiones de producto

8.2 Decisiones de I+D

8.3 Toma de decisiones de marketing

8.3.1 Producto

8.3.1.1 Lanzamiento de nuevos productos

8.3.1.2 Modificación de productos

8.3.1.3 Retirada de productos del mercado

8.3.1.4 Decisiones de cantidades a producir

- 8.3.2 Precio
- 8.3.3 Distribución
- 8.3.4 Promoción y publicidad
- 8.4 Toma de decisiones financieras
- 8.5 Toma de decisiones de RRHH

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El profesor expondrá en la primera parte de la clase los elementos clave de cada apartado del plan de empresa, para dedicar el resto de la sesión al trabajo en grupo para desarrollar los diferentes apartados de su propio plan de empresa. Simultáneamente, en muchas de las sesiones se tomarán también decisiones del business game. Así pues, se trata de una metodología de aprendizaje basada primordialmente en el trabajo personal y colectivo a lo largo del curso trabajando sobre dos proyectos en paralelo bajo la aplicación del concepto de “learning by doing”. A lo largo del curso, los estudiantes realizarán exámenes, diferentes presentaciones grupales, un vídeo con un elevator pitch, tutorías individuales y de equipo personalizadas y más de diez entregas parciales de los avances de su plan de empresa. Al final del curso, los equipos presentan el documento final del plan de empresa y hacen su defensa pública, así como una presentación en la que resumen la gestión de la empresa a lo largo de los diferentes periodos simulados en el business game. En ésta, deben identificar claramente las estrategias y tácticas empleadas, así como su justificación/motivación y los resultados que se obtuvieron de su aplicación, de forma que los estudiantes aprendan tanto de sus aciertos como de sus errores.

Grupo presencial:

Se basa en clases expositivas participativas complementadas con la lectura por adelantado de los distintos temas. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

Las principales actividades que se realizarán son:

- A lo largo de la asignatura se realizarán actividades como resolución de problemas, participación en debates y resolución de casos.
- Clase práctica de resolución, con la participación de los estudiantes, de casos prácticos y/o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Trabajo en grupo/cooperativo con presencia del profesor/a.

Grupo semipresencial:

Se basa en clases de repaso participativas para consolidar la lectura de material didáctico, textos y artículos relacionados con los contenidos de la materia previamente publicados en el campus virtual. Con las prácticas en clase y los trabajos en casa se espera reafirmar los conceptos y procedimientos que se han presentado en la clase.

- Clase práctica de resolución, con la participación de los estudiantes, de casos prácticos y/o ejercicios relacionados con los contenidos de la materia.
- Trabajo en grupo/cooperativo sin presencia del profesor/a.

5. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 70% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 30% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 30% + Nota Evaluación Continuada x 70%.**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Actividades de evaluación continua:

Grupo presencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continuada	
Actividad en grupo	Idea de negocio – Canvas – Elevator pitch	7,5%	
Actividad en grupo	Análisis del entorno y el mercado	5,5%	
Actividad en grupo	Plan de marketing – Mix comercial	5,5%	
Actividad en grupo	Plan de operaciones	7,5%	
Actividad en grupo	Plan del capital humano	5,5%	
Actividad en grupo	Evaluación económica y financiera del proyecto	6,5%	
Evaluación compañeros	Plan de ejecución del proyecto - Valoración intra-grupo de las propuestas	12%	
		50%	
Actividad en grupo	Plan de negocio Markstrat	5%	
Resultado en business game	Valor empresa Markstrat	20%	
Actividad en grupo	Presentación final Markstrat	10%	
Cuestionario	Examen manual Markstrat	15%	
		50%	
Evaluación Continuada		100%	70%
Examen Final	Presentación de la propuesta de	100%	30%

	negocio – Defensa oral.		
	Evaluación Asignatura		100%

Grupo semipresencial:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continuada	
Actividad en grupo	Idea de negocio – Canvas – Análisis del entorno – Plan de marketing – Elevator pitch	17,5%	
Actividad en grupo	Plan de operaciones y del capital humano – Evaluación económica y financiera del proyecto	17,5%	
Evaluación compañeros	Plan de ejecución del proyecto de inversión - Valoración intra-grupo de las propuestas	15%	
		50%	
Cuestionario	Examen manual Markstrat	15%	
Actividad en grupo	Plan de negocio Markstrat	5%	
Resultado en business game	Valor empresa Markstrat	20%	
Actividad en grupo	Presentación final Markstrat	10%	
		50%	
Evaluación Continuada		100%	70%
Examen Final	Presentación de la propuesta de negocio – Defensa oral.	100%	30%
	Evaluación Asignatura		100%

6. BIBLIOGRAFÍA

- MASTRANTONIO RAMOS, P., CÁLIZ RIVERA, C., MÁRMOL PÉREZ, M., RAJADELL CARRERAS, M., CODURAS MARTÍNEZ, O., TAPIAS NADALES, X. Y PACREU TORRELLA, J. (2016): Cómo hacer un plan de empresa EUNCET. Editorial OmniaScience.
- Manual del business game Markstrat. Descargable la última versión en cada edición desde <https://web.stratxsimulations.com/González>, Fidel Vicente (2015). Dirección por objetivos. Valencia: Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- DRUCKER, P. F.(2002): La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.

FORD, B. R., BORNSTEIN, J. M., & PRUITT, P. T. (2007). The Ernst & Young business plan guide. John Wiley & Sons.

- HILL, C.W.L. (2001): Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SCHOLE, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- KALAKOTA, R. y ROBINSON, M. (2001): Del E-Commerce al E-Business. El Siguiete Paso. México, Pearson Educación.
- KAPLAN, R. S. y NORTON, D.P. (2001): Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral para Implementar y Gestionar su Estrategia. Barcelona, Editorial Gestión 2000.
- McKEEVER, M. (2016). How to write a business plan. Nolo.